
El turismo prevé más ventas y beneficios pese al parón de llegadas

—P5. Editorial P2

Encuesta de **Exceltur**

La industria turística prevé más ventas y beneficios este año pese al parón en las llegadas

Augura un incremento medio del 5% en ambos indicadores

Turquía ganó ocho millones de viajeros el pasado ejercicio

CARLOS MOLINA
MADRID

España logró en 2018 un nuevo récord de turistas extranjeros, con 82,6 millones. Un balance, sin embargo, ensombrecido porque el incremento en las llegadas fue del 0,9%, lo que representa la cifra más baja desde 2009. De esta manera, el ciclo expansivo del turismo iniciado en 2010 (en el que se ha pasado de 52,1 a 82,6 millones de viajeros extranjeros) podría haber tocado techo por la mejora de los destinos competidores de sol y playa, como Turquía, Túnez o Egipto. **José Luis Zoreda**, vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, calculó ayer que solo en 2018 recuperaron 12,5 millones de los viajeros perdidos (8 de ellos los ha ganado Turquía) desde la irrupción de la Primavera Árabe y los atentados terroristas. "Esos países son los que han drenado turistas de sol y playa a España", recalcó Óscar Perelli, director de estudios e investigación de **Exceltur**.

Pese a ese contexto más negativo, la industria turística se muestra optimista respecto a sus previsiones para este ejercicio y calcula que sus resultados y sus ventas, lejos de estancarse o de bajar este año, volverán a crecer con fuerza, con lo que encadenarían un ciclo de seis años seguidos de aumento. Esa es la principal conclusión que se puede extraer de la encuesta realizada a 2.000 firmas turísticas por **Exceltur** (hoteles, transporte, alquiler de vehículos, agencias de viajes o turoperadores), que refleja que las ventas subirán una media del 5,5% y los resultados avanzarán un 5,2% este año, por encima incluso de los avances registrados en 2018.

"Aquellas empresas que están invirtiendo en renovar su oferta están siendo capaces de capitalizar esas mejoras en mayores precios y también en crear empleo, ya que el 60% considera que generará nuevos puestos de trabajo", resaltó Zoreda. Ocho de cada diez

El triple riesgo del Brexit para las firmas españolas

► **Comercial.** El vicepresidente ejecutivo de **Exceltur**, **José Luis Zoreda**, destacó que el primer impacto de una salida del Brexit sin acuerdo será comercial. "Es previsible una caída de flujos de los 18 millones de británicos que viajan a España. Me consta que hay empresas trabajando en planes B para intentar buscar mercados sustitutivos, aunque es difícil de encontrar por el elevado volumen".

► **Regulatorio.** Zoreda recalcó que uno de los grandes problemas puede surgir con que las compañías aéreas tengan dificultades para volar desde o a España. "No podemos permitir que pierdan derechos de vuelo o que dejen de traer a clientes claves para el sector turístico", recalcó. Respecto a la posibilidad de que Iberia tenga que dejar de operar, Zoreda se limitó a decir que le constaba que "la aerolínea negocia con el apoyo del Gobierno español para tratar de presentarse (ante la Comisión Europea) como una compañía cuyos intereses y control radican en España, y me consta que el mayor deseo e intención por parte del Ministerio de Fomento es conseguir despejar esas posibles incertidumbres".

► **Divisa.** Otro efecto del Brexit, según Zoreda, será una devaluación de la libra esterlina y una pérdida de poder adquisitivo para los turistas británicos, lo que podría favorecer a destinos competidores con precios más bajos.



José Luis Zoreda, vicepresidente de **Exceltur**, la asociación que agrupa las grandes empresas turísticas. EFE

empresas consultadas aseguran que prevén mejores ventas y resultados que las obtenidas en 2018. Respecto a la facturación, un 12,9% de las empresas prevé que sus ventas crecerán entre un 5% y un 10%, e incluso un 13,9% avanza que su cifra de negocio aumentará a tasas superiores al 10%.

En el caso de los resultados, un 21,2% prevé que subirán entre un 5% y un 10%, y un 7,5% augura que crecerán más allá del 10%. Los sectores que más optimismo albergan respecto a su evolución para este año son el transporte, el alquiler de vehículos y las agencias de viajes y turoperadores, mientras que en el otro lado se sitúa el sector hotelero, con crecimientos por debajo de la media.

Crítica a los Presupuestos Estas cifras, precisó Zoreda, pueden verse alteradas "por algunas de las medidas legislativas que se pueden poner en marcha

en España o por un Brexit duro". El vicepresidente ejecutivo de **Exceltur** fue especialmente crítico con la partida de gasto que se le ha reservado al turismo en los Presupuestos Generales del Estado de 2019.

"El presupuesto turístico deja mucho que desear a la hora de apoyar al sector en sus retos más importantes, como el reposicionamiento de la oferta y renovar sus instalaciones para atraer viajeros de mayor poder adquisitivo. Hay que proteger al turismo para que siga siendo la locomotora de la economía española", añadió

Zoreda apoyó su petición a la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, en las estimaciones de **Exceltur** sobre el peso que representa el turismo dentro de la economía española. Estas apuntan a que la actividad económica generada por el turismo en España habría alcanzado, al igual

que la llegada de viajeros, un nuevo máximo histórico al cierre de 2018. En concreto habría llegado a 142.000 millones de euros, lo que supone un 11,8% del PIB de España. El balance de **Exceltur** muestra cómo la pérdida de turistas británicos y alemanes llegados a España en 2018 se habría compensado con el crecimiento de otros mercados de larga distancia, gracias al fuerte crecimiento de las conexiones aéreas con esos destinos.

Los últimos datos hasta noviembre revelan cómo en 2018 la cifra de vuelos a España creció un 5,6% (56.602 más), con un peso importante de destinos lejanos con turistas con un mayor poder adquisitivo. Es el caso de China, con un gasto medio por turista de 180 euros al día, donde el número de vuelos creció un 18,2%, o de EE UU, con un gasto medio de 137 euros por día y un incremento de las conexiones del 11,8%.

Los empresarios fían la mejora de sus resultados al aumento del gasto medio por turista y la subida de tarifas